

АЛЕКСАНДРОВА В.О., ст. викл., каф. ЕАтаО, НТУ «ХПІ»
КОЗЛОВА Ю.Ю., студентка, НТУ «ХПІ»

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ВЕДЕННЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

На сучасному ринку існує безліч способів збуту товарів та послуг. Найбільш звичний та простий - це роздрібна торгівля, але в останні десять років він втратив свою ефективність. У останній час в Україні бурхливо впроваджувалися різноманітні методи реалізації товарів. І одним з таких нових і незбагненних методів є багаторівневий маркетинг (Multi Level Marketing, скор. - MLM або МЛМ). Мережевий маркетинг наповнив ринок товарами та дав можливість отримувати дохід його учасникам. Актуальність даної теми полягає у тому, що даний сегмент ринку стає більш перспективним напрямком бізнесу в багатьох країнах світу, а також це гарна альтернатива традиційній роботі, відносно легкий спосіб заробітку та можливість працювати на себе.

Коли з'являються якісь нові методи покращення свого бізнесу, це завжди викликає у людей недовіру, так само мережевий маркетинг плутають з «пірамідою». Мережевий маркетинг – це один із методів реалізації споживчих товарів. Саме цим даний вид бізнесу і відрізняється від різного роду «пірамід», організатори яких заробляють за рахунок внесків нових учасників. «Піраміди» вважаються шахрайськими організаціями, формою обману споживачів, а мережевий маркетинг є дозволеним законом видом діяльності.

Мережеві компанії найчастіше поширюють такі види продукції, якими кожен з нас регулярно використовує у повсякденному житті, а саме це товари побутової хімії, косметика, товари для здоров'я та предмети особистої гігієни. МЛМ дає можливість придбати якісні та імпорتنі товари за адекватною ціною.

Основним завданням МЛМ є інформаційне охоплення максимальної кількості людей та розповсюдження продукції. Дистриб'ютори отримують гроші внаслідок реалізації компанією продуктів або послуг в споживчій мережі. Компанія зі свого боку відповідає за виробництво, транспортування, замовлення продукції, ведення бухгалтерії, обліку структурної діяльності кожного партнера і багато інших функцій. Партнери ж компанії мережевого маркетингу відповідають за побудову мережі дистриб'юторів, тим самим збільшуючи продаж і дохід, як особистий так і своєї структури.

Впровадження МЛМ допомогло вирішити наступні завдання:

- знизити вартість товарів для кінцевого споживача;
- прискорити процес постачання товару;
- позбутися фальсифікації продукції;
- мотивувати співробітників компанії.

Мережевий маркетинг дає можливість будь-якій людині самостійно побудувати свій бізнес практично без вкладень, створити з часом пасивний дохід та отримати професію ХХІ століття. Користь від використання МЛМ для фірм-виробників полягає в тому, що вони можуть вивести на ринок і стабілізувати споживання продукції, мати високу долю ринку без спеціальних витрат та економити кошти, не роблячи витрати на рекламу. Особисто для кожного з нас це гарний спосіб подолання комунікативних бар'єрів, нові способи самовираження та реалізації амбіцій.

Отже, мережевий маркетинг – найбільш ефективний з наявних на сьогодні способів розповсюдження та реалізації товарів та послуг не промислового значення. Враховуючи сучасний розвиток мережевого маркетингу в Україні та за кордоном, можна сказати, що в майбутньому компанії, які застосовуватимуть концепцію мережевого маркетингу, будуть успішними.

Список літератури:

1. Войчак А.В. Особливості сучасної організації маркетингу на підприємстві //

Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. Ф79. – К : КНЕУ, 2005. – 604с.